

mercadoindustrial.biz

punto de encuentro de la industria

Nº 67 Revista de información multisectorial para la industria con novedades en maquinaria, logística, tecnología y servicios.

EMPRESAS EN ACCIÓN

Entrevista:

"Queremos dar las respuestas a los que estén buscando un software"

Lluís Soler Gomis, director general de IDtrack Momentum S.L

Artículo:

"Presente y futuro de la trazabilidad"

Pablo Amat, Business Developer de Zetes España

Y mucho más...



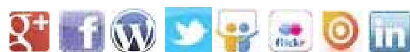
Acción contra la incertidumbre

mercadoindustrial.biz
punto de encuentro de la industria

La falta de conocimiento seguro o fiable sobre una cosa, especialmente cuando crea inquietud en alguien, es lo que llamamos incertidumbre. El fenómeno que describe esta palabra es conocido por múltiples disciplinas de la cultura, desde la medicina hasta la física, pasando por la economía y la literatura. Pues bien, es hoy la palabra de moda ya que es el principio que rige todas las acciones políticas, económicas y sociales que se están llevando a cabo.

Para luchar contra ella hay que pasar a la acción, es decir, tomar decisiones. Esta reacción es la que permite desencallar el barco de las arenas de la crisis. Sea el que sea, hemos de apoyar todo movimiento, ya que cada milla ganada en el mar de la inmovilidad amplía la curva del compás señalando rutas hacia nuevos mundos.

Puede aburrir esta poética descripción, pero hace falta despertar y arrancar, porque si no hay ánimo no hay decisión y no debemos esperar a que nos motiven desde Bruselas o que decidan todo desde tan lejos. Por eso debemos aprovechar este trimestre para coger impulso de cara al año próximo. La incertidumbre no es un hecho, es una sensación, por lo que no debemos asustarnos con los cambios y ponernos a trabajar sin temor alguno.



Lino Hernández Rué
Lic. Periodismo UAB

Arriba

Los vehículos eléctricos e híbridos, porque ya empiezan a ser competitivos frente a los de combustión.

Las empresas que en medio de la crisis no olvidan sus compromisos con la responsabilidad social y el medio ambiente.

La imaginación, porque alimenta el espíritu emprendedor.

Abajo

La asfixia a la que se está sometiendo a Pymes y autónomos a todos los niveles. Parece que nadie sabe lo que significa emprender, pero todos quieren cobrar.

La incertidumbre alimentada desde la Administración por razones electorales.

La idea de una Europa balcanizada. Hay quien ya va por ese camino.

SIL2013
BARCELONA

Logística = a Rentabilidad



15º Salón Internacional de la Logística y de la Manutención

11º Forum Mediterráneo de Logística y Transporte
2ª Cumbre Latinoamericana de Logística y Transporte

Junio de 2013
Fira de Barcelona
Barcelona-España



www.silbcn.com

AMB

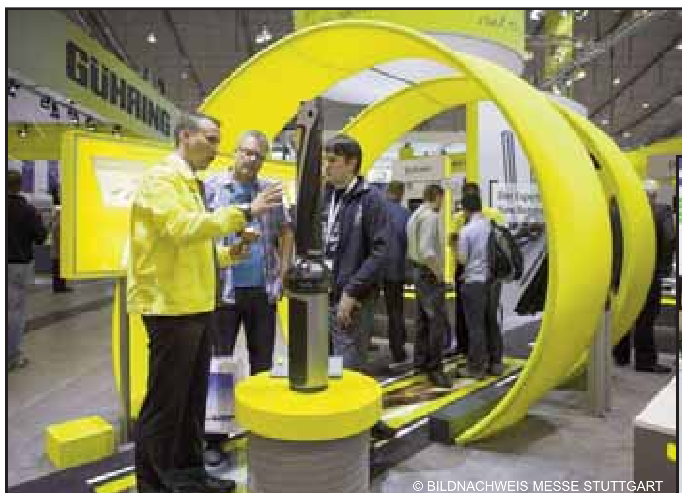
Más de 90.000 visitantes profesionales han asistido a la AMB 2012



"Esa fue la mejor AMB que nunca", ha afirmado entusiasmado Ulrich Kromer, gerente de la Messe Stuttgart. Esta opinión, según informa la organización, fue compartida también por los expositores de la AMB de esta última edición. Alrededor del 12 por ciento de los visitantes vinieron de otros países y se quedaron a visitar la feria con un promedio de 1,3 días. Estas cifras mejoran sensiblemente las de la edición anterior, lo que indica que la AMB es cada vez más importante para ellos y que todavía hay gran demanda de máquinas-herramientas nuevas y las herramientas asociadas precisión.

"Con este resultado, AMB subrayado y reforzado su importancia como una de las cinco ferias industriales más importantes del mundo", concluyó Kromer. Los 1.356 expositores y las numerosas empresas representadas volvieron a mostrar un gran número de nuevos productos y nuevos desarrollos, incluyendo algunas innovaciones mundiales genuinas. Las nueve salas de exposición estaban completas, es decir, un total de 105.200 metros cuadrados.

La situación económica es todavía positiva mientras que la demanda es estable y continua en un nivel alto. A pesar de notarse una desaceleración económica, la situación en la industria es también muy buena. Esto se aplica, en particular, a los fabricantes de herramientas de precisión. Este estado de ánimo positivo fue claramente visible en la AMB 2012.



© BILDNACHWEIS MESSE STUTTGART



"Como presidente de la VDMA Precision Tools Association, estoy encantado de que los salones de herramientas estuvieran llenos desde el primer hasta el último día de la exposición. Esto es una prueba concluyente de la importancia de la AMB y también demuestra la importancia de las herramientas de precisión en relación con la productividad, la calidad y la sostenibilidad ", comentó Lothar Horn, director general de Paul Horn GmbH, sobre los resultados de la AMB.



El Dr. Wilfried Schäfer, director general de la Asociación Alemana de Fabricantes de Máquinas-herramienta (VDW), también se mostró de acuerdo con esta opinión en nombre de sus miembros: *"Las empresas se mostraron muy satisfechas con el resultado de la exposición. Dado que las conversaciones con los clientes mostraron que hay una necesidad de mayor inversión, nuestra industria también podrá disfrutar de una buena demanda en los próximos meses".*

La calidad de los visitantes ha sido calificada por unanimidad como muy alta. 80 por ciento de los encuestados afirmaron ser el único responsable o parcialmente responsable de las decisiones de compra y contratación de su empresa, o que actuaron en calidad de asesores con respecto a estas decisiones.

Los puntos focales del programa de acompañamiento de la AMB 2012 fueron los temas de tendencia de la eficiencia energética y la sostenibilidad. La escasez de trabajadores calificados e ingenieros sigue siendo un problema urgente para las empresas. Los visitantes pudieron obtener información acerca de las oportunidades en eventos profesionales en la industria metalúrgica.

La AMB 2014 se celebrará de nuevo en Stuttgart del 16-20 septiembre de 2014.

www.messe-stuttgart.de



© BILDNACHWEIS MESSE STUTTGART

"Queremos dar las respuestas a los que estén buscando un software"



Lluís Soler Gomis, director general de IDtrack Momentum S.L

¿Qué es BuscoSW?

BuscoSW, es el comparador gratuito de soluciones de software. Su sencillez es total: un profesional que esté buscando una solución informática es decir un software, ¿qué puede hacer actualmente? Ir a una feria, navegar por internet, preguntar a conocidos, etc... Pero no sabe nunca de forma precisa si el software que se está utilizando actualmente o el que piensa cambiarse es el que se ajusta a sus necesidades: ¿es el mejor para su sector? ¿y a su facturación? ¿a su tamaño de empresa? ¿es lo que realmente necesita? ¿o es demasiado potente para lo que necesita o demasiado justo?, etc.

Pues bien, ahora puede entrar en www.BuscoSW.com y de forma gratuita tras responder a un breve cuestionario le dirá de forma automática cuál o cuáles son los proveedores que le van mejor según tus necesidades.

¿Te imaginas la cantidad de horas que te ahorras o de dinero al preguntar a un experto consultor? Con BuscoSW, que además es gratuito, te hace un filtro y una fase previa de consultoría de forma gratuita. Todo ello, respondiendo a unas preguntas básicas que en un par de minutos habrás finalizado.

¿Quién está detrás?

Una empresa neutral e independiente que se llama IDtrack. Ya que desde IDtrack, nosotros no comercializamos ningún tipo de software ni de hardware. Ni tampoco ofrecemos servicios de consultoría. Desde IDtrack, organizamos seminarios, congresos, ferias y también tenemos el comparador inteligente de BuscoSW.com. Por tanto, nosotros queremos dar las respuestas a los que estén buscando un software de forma la más precisa posible.

¿Qué tipo de software podemos encontrar en BuscoSW?

Actualmente disponemos de motores de búsqueda de proveedores de soluciones de software de gestión de empresas - ERP - verticalizado por sector Alimentación (BuscoSW ERP Food) y para la industria y distribución farmacéutica BuscoSW ERP Farma. Para los que quieran instalarse o cambiarse el software de Recursos Humanos, creamos la plataforma www.BuscoSW.com/rrhh

Pero con el que empezamos hace dos años es el de SGA -Software de Gestión de Almacenes. Con el que tenemos a más de 25 proveedores de software introducidos.

¿Quién y cómo es el usuario potencial?

El potencial usuario es aquel profesional: director general, sistemas, informático, financiero, etc. que quiera dar el paso de cambiar el software o instalarse uno de nuevo. O simplemente asegurarse que el software que tiene actualmente es el que se ajusta mejor a su empresa... Muchos de ellos se dan la desagradable sorpresa, ya que se dan cuenta una vez respondido al cuestionario de BuscoSW que existen



software más económicos y potentes.

¿Cómo ve el panorama actual?

En los momentos actuales, que las empresas desean reducir sus gastos, muchas de ellas y de forma inteligente estudian la posibilidad de cambiar de proveedor de software. Desde IDtrack, estimamos que en muchos casos las empresas se podrían ahorrar hasta el 50% de su mantenimiento de soluciones informáticas y cuyo retorno de la inversión - ROI, sería inferior a un año.

El primer paso es utilizar el comparador gratuito de BuscoSW para ver si el software que se dispone es el más adecuado para su organización... y a partir de entonces analizar un cambio o la nueva adquisición de forma más rápida y precisa, además sin ningún coste.

¿Cómo describiría el mercado potencial de Busco SW?

El mercado potencial de Busco SW es muy potente y consideramos que lo estamos aprovechando. Ya que hemos pasado de un comparador hasta 4 diferentes comparadores de software.

¿Cuáles son las líneas de crecimiento a corto y medio plazo?

Actualmente estamos trabajando en varios frentes. Por ejemplo, estamos llevando a cabo mejoras de diseño y de usabilidad del portal, para hacerlo si cabe aún más sencillo el proceso de encontrar el proveedor de Software.

Estamos ampliando el número de soluciones de software: para aquellos que busquen un Software de CRM, o de eCommerce.

A nivel de comunicación, hemos creado un blog, donde añadimos información de ferias y congresos del sector, entrevistas, listado de proveedores de software, noticias del sector, etc.

¿Qué objetivos esperan alcanzar en los próximos años?

En los próximos años, estaremos en el mercado latinoamericano ofreciendo nuestros servicios de forma gratuita.

www.BuscoSW.com
www.idtrack.org

"Estimamos que en muchos casos las empresas se podrían ahorrar hasta el 50% de su mantenimiento de soluciones informáticas"

Nuevos polipastos de cadena CLX de Konecranes



El fabricante de sistemas de elevación ha ampliado su gama de productos con los polipastos de la serie CLX. Los nuevos modelos desarrollados tienen más prestaciones: son más potentes, un 25 por ciento más rápidos y su vida útil se ha multiplicado por cuatro. Los nuevos polipastos de cadena CLX se pueden utilizar en puestos de trabajo individual como cabinas de montaje en la industria transformadora y en grúas para estaciones de trabajo o grúas puente.

www.konecranes.es

Fein presenta nuevas unidades perforadoras para metal



El conocido fabricante de herramientas eléctricas para el metal refuerza el sector de la perforación por corona para metal tras una importante adquisición en los EE.UU.

Así, la compañía ha ampliado su cartera con resistentes unidades perforadoras para metal con velocidad óptima para coronas perforadoras HSS. Estas máquinas son un desarrollo de la empresa Jancy Engineering Inc. de Iowa, compañía que Fein absorbió recientemente. Fruto de esta nueva adquisición presenta como novedad para el mercado europeo cuatro de las resistentes y probadas unidades perforadoras bajo la denominación KBB así como las coronas perforadoras HSS correspondientes

www.fein.es

Los Printed Electronics llegan a la industria



El centro tecnológico Cetemmsa y la asociación Secartys han firmado un acuerdo de colaboración para impulsar la tecnología de los Printed Electronics en la industria y sus diferentes aplicaciones que posibilitan fusionar la electrónica con los textiles, los plásticos o los papeles, lo que supone una revolución para múltiples sectores.

El convenio para cooperar en la difusión e implantación de esta tecnología que alcanzará los 57.000 millones de euros en Europa en el 2019. Es decir, será tan grande como hoy lo es la industria de los semiconductores.

www.cetemmsa.com www.secartys.org

ToolsGroup aporta su solución SO99+ para un envasador de Coca-Cola

Industria Envasadora de Querétaro, S.A. de C.V., uno de los embotelladores de Coca-Cola en México, seleccionó a ToolsGroup para acometer un proyecto de Demand Planning mediante la implantación de la Solución SO99+ Demand con el fin de incrementar el nivel de servicio a sus clientes y la precisión del Forecast (Forecast Accuracy).

IEQSA ha implantado los módulos de Demand Modeling y Demand Planning de la Suite de ToolsGroup con la finalidad de robustecer el proceso de Previsión de Demanda. Los principales objetivos buscados fueron: mejorar la asertividad de la previsión para dar un mejor servicio a sus clientes y aumentar la productividad en el proceso de forcasting.



La Solución SO99+ Demand es la única del mercado que modela demanda tanto en cantidad como en líneas de pedido para poder calcular correctamente los niveles de inventario óptimos con el fin de oponerse a la volatilidad de la demanda. Además, permite planificar y dar respuesta a variables y estrategias tales como estacionalidad en las ventas, lanzamientos de nuevos productos; promociones, descuentos y canibalizaciones; los ciclos de vida y caducidad de los productos; correcciones comerciales; calendarios; demanda excepcional o la distribución multicanal.

www.toolsgroup.com
www.ieqsa.com.mx

DB Schenker Spain-Tir incorpora su imagen corporativa en toda su flota terrestre



La organización de transporte DB Schenker Spain-Tir ha puesto en marcha un importante proyecto con el objetivo de disponer del 75% de su flota, tanto propia como externa subcontratada, con la imagen corporativa de la compañía, todo ello antes de que finalice el primer semestre de 2013.

"Si la cara es el espejo del alma, la imagen corporativa que una empresa lanza al mercado es fundamental", afirma Jaume Ballester, presidente y CEO de la filial española. Por este motivo, DB Schenker Spain-Tir se ha propuesto afrontar una significativa inversión, la mayor parte de ella con recursos propios, para mostrar al mercado una de las mejores soluciones de transporte por cualquier medio. *"Se trata de aprovechar la experiencia de DB Schenker como proveedor de servicios logísticos, aéreos y marítimos, así como el alto grado de conocimiento de Spain-Tir en el sector terrestre, para darlo a conocer al mercado global de la Península Ibérica. Un buen modo para ello pasa por ofrecer una imagen corporativa acorde con la organización que representamos, ahora agrupada bajo una única marca como es DB Schenker Spain-Tir"*, explica Ballester.

Los esfuerzos de la compañía se van a encaminar a consolidar una flota moderna, eficaz y sostenible, formada por 32 tractoras, 89 remolques para transporte nacional e internacional y ocho camiones rígidos destinados a la distribución capilar. Estas cifras corresponden a la plataforma central en Zona Franca, ya que si se añade la flota que dispone en la Red Nacional, suma un total de 1523 vehículos.

El cambio en la rotulación supone un importante salto cualitativo que se une a la preocupación de la empresa por el medio ambiente y las emisiones de dióxido de carbono. En este sentido, destaca que toda la motorización de sus vehículos en flota propia es Euro-5 y las previsiones indican que las nuevas adquisiciones incorporen las últimas novedades existentes en el mercado, como los nuevos modelos Euro-6, previstos para finales del 2013 y que estarán equipados con un sistema de geo-localización (GPS).

www.dbschenker.com/es



Contacto:

www.mercadoindustrial.es

Redacción:
redaccion@mercadoindustrial.es

Administración y publicidad:
info@mercadoindustrial.es
C/ Puig i Cadafalch nº 11, 3º-2ª
08035 Barcelona
Tel 93 531 18 55

D.L. Internet B-20885-2006
ISSN 1886-2330

D.L. Papel B-54358-2006
ISSN 18887-5610

Presente y futuro de la trazabilidad, desde un punto de vista analítico



Pablo Amat, Business Developer de Zetes España

Para entender la trazabilidad hoy en día hay que entender que vivimos en el mundo de las interrelaciones a todos los niveles, y además son cada día más estrechas entre las compañías. Durante toda la cadena se suministro (desde la producción hasta el consumo) vemos claramente que esa relación e intercambio de información es fundamental para lograr optimizar la propia cadena y lograr garantizar la trazabilidad de todos los bienes y/o productos.

Hoy en día, esta gestión e intercambio de información se basa en el número de lote, que se genera en la fabricación y aúna múltiples elementos heterogéneos: materias primas, planta, línea de producción relacionando las maquinas implicadas, el software e incluso la personas involucradas en el proceso. Así, podemos realizar un seguimiento de un grupo o lote de producto con características equivalentes de producción. Este intercambio de información se realiza en muchos eslabones de la cadena pero, lamentablemente, y debido a que no existía la tecnología necesaria para automatizar todos los procesos, en muchos casos esa información desaparece y ya no es posible realizar el seguimiento deseado.

Evolución de la trazabilidad

El principio de la identificación de lotes se ha considerado como una solución satisfactoria pero dos sucesos a escala mundial lo cuestionaron. El primero de ellos fue la crisis de las vacas locas, que tuvo lugar a mediados de los 90, e hizo que se planteasen cuestiones sobre la trazabilidad de todos los productos de origen animal. La herencia del segundo acontecimiento todavía sigue estando presente: el ataque a las Torres Gemelas de Nueva York el 11 de septiembre de 2001. El suceso abrió los ojos a los Estados Unidos sobre su propia vulnerabilidad a los ataques externos y el bioterrorismo comenzó a ser considerado como una amenaza real por el Gobierno.



Estas tragedias resultaron decisivas, en 2002 se aceleraron los esfuerzos de los Estados Unidos y de Europa por legislar en el campo de la trazabilidad. Los primeros elaboraron su “tratado contra el bioterrorismo” mientras que en Europa se introdujeron reglamentos sobre seguridad alimentaria.

Los costes originados por la trazabilidad, las demoras tecnológicas y la falta de cooperación entre fabricantes, medios logísticos, distribuidores y minoristas no permitieron que se aplicara la normativa original. Pero la trazabilidad sólo puede ser el resultado de acciones coordinadas entre los diferentes participantes o eslabones de la cadena de suministro, todos ellos deben invertir en tecnología y en una revisión de sus procesos, con el fin de evitar los riesgos definidos por la ley.

Con el paso del tiempo, las organizaciones públicas y privadas empezaron a reaccionar. Tal fue el caso de la FDA (Foods & Drugs Administration) de los Estados Unidos, la EMA (European Medicines Agency) en Europa o, desde un punto de vista más global, el GS1, un organismo encargado de las normativas de identificación que rigen la codificación de las unidades envasadas.

Actualmente, existe en la industria una fuerte tendencia hacia una solu-

ción de procesamiento de unidades, en lugar de una solución de procesamiento de lotes. Esto significa que la trazabilidad de un producto en particular no viene determinada únicamente por su identificador de venta (GTIN) y su entorno de fabricación, sino por una identificación individual a través de un número de serie único. Implica que cada unidad de producto debe tener su propia identidad, lo que permite descubrir su origen, pero también, y es lo más interesante, el recorrido que ha seguido y las situaciones por las que ha pasado antes de llegar a las manos del consumidor. La identificación unívoca de las unidades de producto tiene un historial único que se enriquece en cada etapa de su vida útil.

Mientras que el número de lote permite vincular un grupo de productos a las materias primas, recursos y procesos que participan en su fabricación, la serialización del producto aporta una dimensión dinámica y viva de la propia información de identificación.



El doble valor añadido de la identificación unitaria

Gracias al historial de la vida del producto, se registran los eventos críticos y es posible saber cuándo se ha visto comprometida la integridad de la cadena de frío, por ejemplo, qué productos se han transportado en un camión contaminado o cuales se han almacenado en un entorno nocivo, etc. La asignación de una identidad específica, protegida y codificada en un entorno privado y seguro, también permite controlar la autenticidad de un producto mediante la comprobación cruzada del código o número de serie medido y el producido.

Desde el punto de vista de la seguridad, el objetivo principal de estos reglamentos es establecer un sistema que ofrezca la posibilidad de generar alertas eficaces, en casos de necesidad y salud pública, dentro de un radio de acción preciso de los productos implicados (retiradas y bloqueo de la distribución).

Hasta este momento, el código de barras es el sistema de identificación y codificación más usado en el mercado de consumo masivo. A lo largo de la historia se han utilizado dos tipos de códigos: uno que contiene información variable (lote, peso, número SSCC), utilizado para agrupaciones logísticas (GS1-128), y otro para identificar las unidades comerciales o de venta (símbolo EAN/UPC). Este último es único para un proveedor y un producto, pero similar de un contexto de producción a otro. Al leer el código, no es posible distinguir entre un paquete de cigarrillos fabricados en Francia en 2009 de uno fabricado bajo licencia en Polonia en 2012.



Para hacer frente a este reto, la RFID surgió como una posible solución ya que permite la codificación unitaria de un producto con un número de serie de entre 98 y 198 bits (normativa ISO18000-6C). Además, el identificador (la etiqueta) es electrónico y permite lecturas remotas (hasta 5 m) sin que la etiqueta deba permanecer visible para el lector. Otra ventaja es la lectura simultánea de multitud de etiquetas en una única operación.

A pesar de las numerosas posibilidades que ofrece, las perspectivas de que la RFID se convierta en una solución universal en el mercado se ve seriamente comprometida debido al coste de los tags y los problemas técnicos que se derivan de la gestión de ciertos productos.

A finales de los 90, la aparición de los códigos bidimensionales (PDF, Datamatrix, QR) abrió nuevas posibilidades para codificar la información, en términos de calidad y rendimiento. En el mismo espacio, un código Datamatrix puede contener una cantidad superior de información que un código de barras tradicional y, además, los datos son redundantes dentro del mismo código, de tal modo que mediante algoritmos matemáticos es posible decodificarlo aun teniendo el símbolo defectuoso.

Las industrias farmacéutica y cosmética, pioneras

Mediante el uso de códigos bidimensionales, la industria farmacéutica tomó la delantera cuando llegó el momento de resolver los problemas de trazabilidad. Establecieron con firmeza los cimientos de una solución que iba a servir a su propio sector, pero también a otros sectores con las mismas dificultades. Al replantearse su trazabilidad, Turquía y el Estado de California fueron los primeros en

entender las implicaciones y las ventajas de la serialización unitaria: mayor seguridad para los consumidores, visibilidad de los flujos, lucha contra la falsificación y los mercados paralelos.

Posteriormente, Francia introdujo un nuevo reglamento vinculado al CIP13, obligando a la industria farmacéutica a adaptarse a los nuevos métodos de trazabilidad, mientras que en Bélgica este hecho se impuso por medio del BelgiumSequentialCod. Todo ello significa que, durante los próximos cinco años, las aspirinas consumidas por un europeo serán totalmente diferentes, desde el punto de vista de su identificación, de las consumidas en cualquier otra parte del mundo, aunque sus componentes sean los mismos.

Empujada por el sector farmacéutico, la industria cosmética ha sido la siguiente en reaccionar. En 2009, la Comisión Europea aprobó el Reglamento 1223/2009 relativo a los productos cosméticos, que entrará en vigor el 11 de Julio de 2013, con características muy similares a las demandas del sector farmacéutico. Además de riesgos para la salud, este sector se ve especialmente afectado por el mercado paralelo (desvío de productos entre zonas de distintos precios). La trazabilidad unitaria y dinámica de los productos permite comprobar la "coherencia geográfica" de cada unidad del producto dentro de la cadena de suministro.



GS1, el organismo encargado de estandarizar y asignar el uso de los códigos de barra actuales en el mercado de distribución masiva, también ha emprendido iniciativas similares. Su nuevo código Databar ha sido diseñado para guardar los datos de producción variables (lote, peso, volumen, fecha de caducidad), así como el número de serie, en caso necesario, y tiene la ventaja de ser compatible con los dispositivos de lectura existentes en los puntos de venta.

Esperamos ser testigos de la próxima revolución de la trazabilidad en el sector agroalimentario, inspirado también por la industria farmacéutica.

www.zetes.com

Pablo Amat es actualmente Business Developer, experto en trazabilidad, de Zetes España desde 2011. Sus funciones se centran en la búsqueda de soluciones, efectivas y reales, relacionadas con la trazabilidad y aplicables en la industria.

Pablo Amat es la voz experta de la compañía en serialización para el sector farmacéutico y cosmético, así como especialista en aplicaciones tecnológicas basadas en RFID, visión y sistemas de identificación para cualquier punto de la cadena de suministro.

Anteriormente a este cargo, Pablo Amat llevó la dirección operativa de la fábrica de print & apply de Zetes durante tres años.

Ingeniero Industrial, especializado en organización industrial, por la Universidad Politécnica de Catalunya, también tiene un Máster en Dirección de Empresas, MBA, por ESADE.

Big Bang d.o.o. confía en Wammas 4.9 de SSI Schafeer

La compañía eslovena Bang d.o.o. inició en la primavera del 2012 la modernización del centro logístico en Celje, desde el que se suministra mercancía a 19 tiendas de minoristas y mayoristas en su país.

Como filial de la Merkur Group, Big Bang d.o.o. lidera el mercado esloveno en cuanto a productos para audio, vídeo e ordenadores así como en el ámbito de electrodomésticos. 450 empleados se encargan de las necesidades de clientes finales y empresas en un total de 19 sucursales, en ventas, comercio al por mayor y en comercio electrónico. En su surtido extensola firma. ofrece una gran variedad de productos y una selección importante de calidad.

Los 4.000 artículos se almacenan en más que 4.500 ubicaciones sobre una superficie de más que 6.600 m². Más que 20 empleados se encargan de la operación del almacén y de la entrega puntual de por lo menos 41.000 artículos cada mes.



Con el sistema de gestión de almacén WAMAS 4.9 se controlan a todos los procesos de recepción de mercancía hasta el picking y la expedición de mercancía. El sistema está conectado de forma continua con el sistema ERP de Big Bang para poder tramitar todos los procesos de forma automatizada a través de los diferentes sistemas.

www.ssi-schaefer.es

Pankaboard mejora la calidad de sus productos

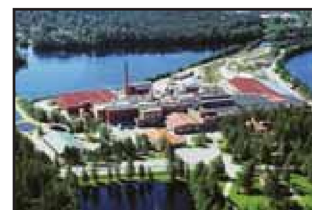


El fabricante de cartón para la industria del envasado, Pankaboard ,está reintroduciendo sus principales calidades de Folding Box Board PankaBrite y PankaWhite con unas características claramente mejoradas del producto y su rendimiento. Durante el último año la empresa ha realizado importantes esfuerzos e inversiones con el fin de adelantar la calidad global del producto de sus calidades de packaging más importantes.



Como resultado de este importante trabajo, Pankaboard presenta calidades de cartoncillo ganando más volumen, resistencia y blancura y que mejoran notablemente en términos de propiedades sensoriales.

Como resultado de las mejoras tanto el PankaBrite y PankaWhite son actualmente productos completamente renovados. Son más resistentes, visualmente más atractivos y definitivamente también ofrecen un resultado de impresión mucho mejor que en el pasado. No olvidemos que las nuevas propiedades sensoriales mejoradas, ofrecen muchas más nuevas oportunidades para el uso de los productos.



En su producción Pankaboard combina la gestión sostenible de los bosques con un alto valor ecológico y ambiental.

www.pankaboard.com

Norbert Dentressangle apuesta por Andalucía

El conocido operador logístico inauguró recientemente una nueva plataforma en Sevilla. La nueva instalación se encuentra en la ZAL Sevilla, un parque multimodal que forma parte de la red de Saba Parques Logísticos. Situada en la zona portuaria, es una ubicación estratégica dentro de Sevilla capital, con fácil acceso a la SE30.

La instalación tiene una superficie de 4.000 m2, ampliables a 8.000 m2 y 200 m2 de oficinas. En cada fachada, se han instalado 10 muelles de carga y descarga para tráiler y 10 para vehículos de recogida y reparto . En total, 20 muelles enfrentados para optimizar al máximo las operaciones de cross-docking en el almacén. Además, cuenta con dos rampas de acceso y está dotada con la tecnología más avanzada: sistemas de radiofrecuencia y sistema de gestión de almacén. Desde aquí se llevarán a cabo actividades de logística, distribución de mercancía paletizada, grupaje y carga completa, nacional e internacional. Para ello, se dispone de 20 vehículos de recogida y reparto, 12 lanzaderas de Paletería de llegada y 10 de salida, y una flota para grupaje y carga completa, nacional e internacional.



www.sabalogistica.com

www.norbert-dentressangle.com

La moda española vuelve a dar muestras de su fortaleza



Esta es la principal conclusión que se deduce del Barómetro Vente-privee.com-Modaes.es de Empresas de Moda en España.

En 2011, el 72% de las empresas españolas de moda con producto que llega directamente al público final mejoraron su desempeño respecto al ejercicio precedente. Impulsadas por una creciente internacionalización, sólo el 9% de las compañías españolas del sector sufrió un retroceso en sus ventas anuales, mientras el 19% restante se mantuvo estable.

El barómetro revela que los esfuerzos realizados por grandes y pequeñas empresas españolas del sector de la moda por afianzarse como operadores transnacionales continúan en 2012. De hecho, el 49% de las empresas confía en que durante el presente ejercicio el peso de sus exportaciones sobre la facturación volverá a crecer, mientras otro 27% ve probable que ocurra.

La sólida implantación de las empresas españolas a escala internacional y su crecimiento en el extranjero son las principales claves de la buena marcha de las sociedades de este negocio, que en España se enfrentan a un decreciente consumo y a una cruenta competencia en precio y en producto. En 2011, las mayores empresas del sector de la moda en España y las firmas con un alto componente en diseño más representativas obtuvieron de media el 44% de sus ventas de los mercados internacionales.

El peso del negocio exterior de las empresas de moda aumentó en tres puntos porcentuales respecto al ejercicio precedente, poniendo de relieve los esfuerzos realizados por las empresas de moda para fortalecerse fuera de España.

El barómetro, patrocinado por Vente-privee.com y elaborado por Modaes.es, recoge los testimonios de una muestra de más de 300 empresas del sector.

Las conclusiones del informe muestran además que la mayoría de las empresas del sector es optimista respecto a la evolución de su negocio durante el presente ejercicio. Para el 64% de las sociedades, el desempeño aumentará moderada o sustancialmente durante el presente año en relación al ejercicio 2011. Son unas previsiones algo menos positivas que en el ejercicio anterior, cuando llegaba al 75% la tasa de empresas que pronosticaba un aumento de sus magnitudes de negocio.

La buena marcha del negocio de las empresas, dentro y fuera de España, permitió en 2011 que el 55% elevara su plantilla. La moda se manifiesta así como un importante generador de empleo. Otro 27% de las empresas mantuvo su plantilla estable durante el ejercicio 2011, mientras la crisis y las políticas de austeridad y ahorro de costes obligaron al 18% de las sociedades a reducir el número de trabajadores.

El ecommerce de moda es sin duda uno de los grandes fenómenos de los últimos años en el segmento de la distribución. En 2012, el 65% de las empresas ya cuenta con tienda online y el 65% colabora con plataformas de distribución de moda online a través de las llamadas ventas flash. Asimismo, un 13% más de empresas (el 78% del total) prevén usar las plataformas de ventas flash de cara al futuro, afianzando aún más este modelo de negocio.

La apuesta de las empresas de moda por el ecommerce y la respuesta positiva por parte de los consumidores permitió en 2011 que las ventas a través de la Red coparan el 8% de la facturación total, tres puntos más que en el



La moda se manifiesta como un importante generador de empleo

año anterior. El 90% de las empresas cree, además, que el ecommerce seguirá ganando peso en su negocio durante el presente ejercicio: para el 52%, las ventas online ganarán importancia con toda seguridad, mientras el 38% cree probable que así sea.

En otro capítulo, el barómetro pone de relieve de nuevo la dura guerra de precios que se libra en el sector. Arrastrando varios años de moderada inflación en los artículos de moda, sólo el 3% de las empresas afirma tener la seguridad de que aumentará precios este año, mientras el 23% asegura que los precios aumentarán probablemente. En 70% restante se compone de empresas que mantendrán sus precios (48%) o que los bajarán (30%).
El 61% de las compañías cree que la actual guerra de descuentos y promociones, una de las tendencias más destacadas en el sector en los últimos años, ayuda a elevar sus ventas, frente al 6% que suscribe lo contrario.

Según la opinión de la mayoría de empresas, la política actual política de precios y promociones tendrá recorrido más allá de la crisis: sólo el 11% suscribe que acabarán cuando cambie la coyuntura económica y el 47% afirma que serán negativos a largo plazo para el sector. Las empresas, que elevan su pesimismo sobre la evolución de la economía española e internacional respecto al año anterior, también opinan sobre el impacto de la subida del IVA.

Otras tendencias importantes del sector se dan en las políticas de aprovisionamiento: en un momento de volatilidad en los precios de las materias primas, el 91% de las compañías ha renegociado con sus proveedores para reducir costes y el 50% ha sustituido proveedores por la evolución de costes y precios.

En el capítulo de inversiones, las dificultades de acceso al crédito (para el 54% el acceso a financiación bancaria es difícil, muy difícil o imposible) condicionan una evolución a la baja de las mismas. Si en 2011 el 50% de las empresas elevó su facturación respecto al ejercicio precedente, en 2012 sólo las aumentará el 42% de las empresas.

www.modaes.es www.vente-privee.com



Comsa construye hospitales en Panamá

La Caja del Seguro Social (CSS) de Panamá ha adjudicado a Comsa la construcción de la nueva policlínica de San Juan de Dios, en la provincia de Los Santos, iniciativa valorada en más de diez millones de euros y con un plazo de ejecución de 19 meses. La compañía ya está construyendo la nueva policlínica de Penonomé, también para el CSS, y se ha adjudicado la construcción de tres centros de atención primaria para el Ministerio de Salud.

www.comsa.com

Llaollao abre franquicias en Singapur

La cadena de yogures naturales helados Llaollao ha desembarcado en el mercado asiático a través de la firma de un acuerdo de master franquicia en Singapur, con el objetivo de abrir 19 establecimientos, entre propios y franquiciados, en los próximos 15 años. La compañía española a ya está presente en Portugal, Bélgica, Luxemburgo, Rusia, Marruecos y Venezuela.

www.llaollao.es

Gas Natural Fenosa en la India

El primer operador gasista de India ha firmado el mayor contrato de la multinacional española en dicha región, que prevé el suministro, durante los tres próximos años, de gas natural licuado.

www.gasnaturalfenosa.es www.gail.nic.in

Opinión positiva



Juan José Crivillés, director financiero de HKL, opina que "*La recapitalización facilitará un sistema más sólido que ayudará a reactivar los flujos de crédito y a promover el crecimiento en la actividad de construcción y obras, así como del empleo"*. Respecto a los beneficios del rescate europeo ha señalado que *"Se trata de un préstamo en condiciones muy ventajosas, que permitirá un saneamiento profundo de la banca española, como condición esencial para la recuperación de la economía y la generación de nuevos puestos de trabajo. Para las empresas constructoras significa una ayuda y mejora de la solvencia y operatividad"*.

www.hkl.es

Sudoku

Principiante

	4							5
5	2							
9		1		7	5		4	
1	8		7	9				
7			6		2			9
				1	3		8	4
	5		8	4		6		1
							9	8
2							7	

Medio

		3						4
			9		2			1
1			8			9	7	
5		8	7					
			6		1			
					9	6		7
	5	1			3			8
6			2		5			
7						5		

Rellene las casillas de los módulos de 9 recuadros con cifras del 1 al 9, sin repetir ningún número en la misma columna, fila y módulo.

Crucigrama

Horizontales:

1.- Ellas están siempre por delante. 2.- Siglas de Amnistía Internacional. Marchar, Nota musical. 3.- Arañar insistentemente una superficie. Mil en la numeración romana. 4.- Al revés, adjetivo que se refiere distributivamente a los elementos de un conjunto. Siglas con las que se conocen a los agentes de la propiedad inmobiliaria. 5.- Entregaría. Símbolo químico del aluminio. 6.- Oeste. Conquistaré una plaza. 7.- Sueldos que cobra el trabajador por cada día de trabajo. 8.- Dore a fuego lento. Aparejo hecho con hilos, cuerdas o alambres trabados en forma de mallas.

	1	2	3	4	5	6	7	8
1								
2			■			■		
3							■	
4					■			
5						■		
6		■						
7								
8				■				■

Verticales:

1.- Proposición en apariencia verdadera que conlleva a una contradicción lógica o a una situación que infringe el sentido común. 2.- Elevación del nivel de un curso de agua significativamente mayor que el flujo medio de éste. Al revés, preposición. 3.- Uno en la numeración romana. Filósofo y escritor francés promotor del existencialismo. 4.- Vulgarmente, pipi. 5.- Edad o período de tiempo. Querer intensamente. 6.- Símbolo del radio de una circunferencia. Dios egipcio del Sol. Tipo de cerveza. 7.- Existe. Muro. 8.- En plural, figura retórica que utiliza el recurso de la comparación o semejanza entre términos.

Soluciones

Principiante

8	4	7	1	2	9	3	6	5
5	2	3	4	6	8	9	1	7
9	6	1	3	7	5	8	4	2
1	8	5	7	9	4	2	3	6
7	3	4	6	8	2	1	5	9
6	9	2	5	3	1	7	8	4
3	5	9	8	4	7	6	2	1
4	7	6	2	3	1	5	9	8
2	1	8	9	5	6	4	7	3

Medio

9	2	3	5	1	7	8	6	4
8	7	6	9	4	2	3	5	1
1	4	5	8	3	6	9	7	2
5	6	8	7	2	4	1	3	9
3	9	7	6	8	1	2	4	5
4	1	2	3	5	9	6	8	7
2	5	1	4	6	3	7	9	8
6	8	9	2	7	5	4	1	3
7	3	4	1	9	8	5	2	6

P	R	I	M	A	T	E	S
A	I	■	I	R	■	S	I
R	A	S	C	A	R	■	M
A	D	A	C	■	A	P	I
D	A	R	I	A	■	A	L
O	■	T	O	M	A	R	E
J	O	R	N	A	L	E	S
A	S	E	■	R	E	D	■